

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Inovasi merupakan perubahan yang dilakukan secara sadar dan melalui perencanaan yang kuat. Adanya inovasi ini dapat menambah nilai dari produk, pelayanan, proses kerja, pemasaran, sistem pengiriman, maupun kebijakan. Hal itu dirasakan tidak hanya bagi suatu organisasi saja, melainkan juga bagi *stakeholder* dan juga masyarakat.<sup>1</sup> Bagi suatu organisasi inovasi sendiri merupakan bagian yang terintegral didalamnya. Ia dibutuhkan sebagai penggerak keberlangsungan organisasi, selain itu juga digunakan sebagai pemicu kreativitas diantara anggotanya.<sup>2</sup>

Pergeseran sistem pemerintahan di Indonesia dari sentralisasi ke desentralisasi menjadikan inovasi sebagai perhatian bagi pemerintahan, khususnya di tingkat lokal. Sistem desentralisasi dimaknai sebagai penyerahan kewenangan dan tanggung jawab dari pemerintahan pusat ke pemerintahan daerah. Dengan adanya perubahan ini daerah dituntut untuk menjadi mandiri dengan kemampuan dan modal yang dimiliki masing-masing daerah.<sup>3</sup> Daya saing antar daerah inilah yang kemudian menjadikan tiap daerah di Indonesia berlomba-lomba untuk menciptakan suatu inovasi bagi daerahnya.

Salah satu wilayah di Indonesia yang sedang gencar melaksanakan inovasi di berbagai bidang pelayanan publiknya adalah Kabupaten Banyuwangi. Inovasi yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Banyuwangi dilakukan guna meningkatkan

---

<sup>1</sup> Irawan Noor. 2013. *Desain Inovasi Pemerintahan Daerah*. Malang : UB Press. Hlm.14.

<sup>2</sup> *Ibid.* Hlm.33.

<sup>3</sup> *Ibid.* Hlm 17.

pemberian pelayanan kepada masyarakat di berbagai bidang, baik itu ekonomi, kesehatan, dll. Misalnya saja pertama, inovasi Stop Angka Kematian Ibu dan Anak (SAKINA) yang digagas oleh Puskesmas Sempu, inovasi ini merupakan sebuah inovasi di bidang kesehatan yang di latarbelakangi oleh angka kematian ibu dan anak di Kawasan Sempu yang cukup tinggi ketika proses persalinan. Kedua, Inovasi Penggunaan Jamban Sehat Rakyat Aman (PUJASERA) yang digagas oleh Puskesmas Cluring, inovasi ini merupakan inovasi dibidang kesehatan yang dibuat untuk mengurangi banyaknya masyarakat yang bebas buang air besar di sembarang tempat. Ketiga, inovasi 'Lahir Procot Pulang Bawa Akte'. Inovasi ini merupakan inovasi di bidang kependudukan yang digagas untuk melaksanakan reformasi birokrasi dimana pemberian pelayanan publik yang dilakukan pemerintah dituntut untuk cepat, murah, dan efisien. Selain ketiga inovasi tersebut masih ada beberapa inovasi lain seperti inovasi *e-hospital*, *e-village budgeting*, *Digital Marketplace Banyuwangi Mall*, dll.<sup>4</sup>

Tidak sedikit dari inovasi yang dilakukan Kabupaten Banyuwangi mendapat penghargaan baik itu dari tingkat nasional hingga internasional. Menurut Bupati Banyuwangi Abdullah Azwar Anas inovasi di Kabupaten Banyuwangi haruslah terlembaga, bukan asal-asalan. Agar siapapun pemimpinnya nanti inovasi tersebut terus berjalan. Strategi yang dilakukan adalah dengan melibatkan seluruh jajaran terkait hingga ke dinas-dinas untuk membagas suatu program bersama.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Diakses dari website [www.banguwangikab.go.id](http://www.banguwangikab.go.id). *Tiga Inovasi Pelayanan Publik Banyuwangi Ikuti Kompetisi Tingkat Dunia*. Pada Selasa, 31 Oktober 2017. Pukul 11.59 WIB.

<sup>5</sup> Diakses dari website [www.Banyuwangi-mall.com](http://www.Banyuwangi-mall.com). *Strategi Bupati Anas Budayakan Inovasi di Birokrasi Banyuwangi*. Pada Selasa, 4 Oktober 2017 pukul 15.00 WIB.

Berdasarkan beberapa inovasi yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Banyuwangi, penulis akan membahas lebih dalam mengenai salah satu inovasinya yakni *Digital Marketplace Banyuwangi Mall*. *Digital Marketplace Banyuwangi Mall* ini merupakan inovasi dibidang ekonomi yang juga merupakan sebuah perwujudan dari pelaksanaan *e-government* di Indonesia. *Digital Marketplace Banyuwangi Mall* merupakan sarana jual beli yang berbasis *online*. “*Banyuwangi merupakan Kabupaten pertama di Indonesia yang memfasilitasi penjualan produk UMKM-nya melalui platform digital Marketplace terintegrasi.*”<sup>6</sup> Disini Pemerintah Kabupaten Banyuwangi berupaya memanfaatkan kemajuan teknologi informasi yang semakin canggih dari tahun ke tahun. Mengingat saat ini, kebanyakan masyarakat lebih menyukai berbelanja menggunakan sistem *online* daripada *offline*. Tren belanja *online* juga semakin meningkat dari tahun ke tahun.

“Berdasarkan riset Brand & Marketing Research (BMI), diperkirakan 24 persen pengguna internet di Indonesia adalah penyuka belanja *online*. Rata-rata pengeluaran mereka dalam berbelanja *online* setiap tahunnya mencapai Rp 825.000. Tahun 2014 nilai transaksi belanja *online* di Indonesia Rp 21 triliun, dan tahun 2015 lalu diprediksi naik dua kali lipat hingga hampir Rp 50 triliun. Data lain dari Euromonitor menyebutkan, nilai belanja *online* di Indonesia mencapai hampir Rp 15 triliun”<sup>7</sup>

Hal tersebutlah yang kemudian juga menjadi pertimbangan munculnya inovasi ini.

Ketertarikan penulis untuk menjadikan tema ini sebagai bahan penelitian skripsi didasari beberapa hal. *Pertama*, belum ada pihak lain yang mengangkat tema skripsi tentang *Digital Marketplace Banyuwangi Mall*, sehingga penulisan skripsi ini

---

<sup>6</sup> Diakses dari website [www.Banyuwangikab.go.id](http://www.Banyuwangikab.go.id). *Banyuwangi Mall Resmi Diluncurkan Menteri BUMN Rini Soemarno*. Pada Selasa, 4 Oktober 2014 pukul 15.05 WIB.

<sup>7</sup> *Ibid*.

akan bisa dijadikan perbandingan untuk penelitian skripsi selanjutnya. *Kedua*, dalam pelayanan publik di bidang ekonomi, *Digital Marketplace Banyuwangi Mall* merupakan inovasi pertama yang dibuat oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi. Selain itu, inovasi terkait *Digital Marketplace* ini merupakan yang pertama di Indonesia untuk memberikan kemudahan bagi pelaku usaha mikro di wilayahnya. Adanya penelitian tentang inovasi ini diharapkan dapat menjadi motivasi bagi wilayah lain untuk mengembangkan program serupa.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah UMKM Kabupaten Banyuwangi Tahun 2016**

USAHA	JUMLAH
MIKRO	280.204
KECIL	15.269
MENENGAH	1.323
JUMLAH	296.276

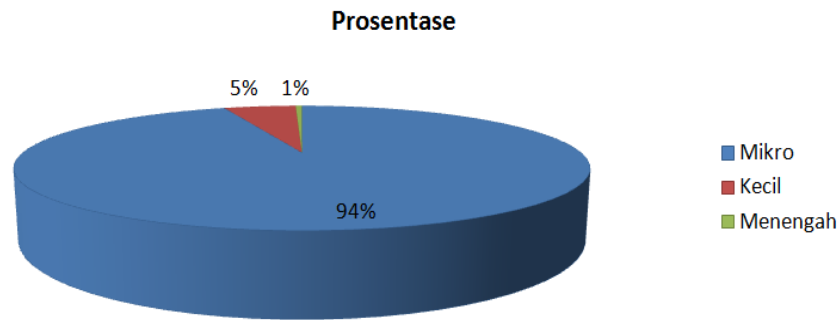
**Sumber:** Data BPS, 2016.

Program Pemerintah Kabupaten Banyuwangi terkait *Digital Marketplace Banyuwangi Mall* ini sendiri muncul karena di Kabupaten Banyuwangi jumlah pelaku usaha mikro, kecil dan menengahnya semakin meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan data BPS pada tabel diatas, tahun 2016 jumlah UMKM di Kabupaten Banyuwangi yang telah terdaftar di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Banyuwangi sejumlah 296.706. Dimana 280.204 diantaranya merupakan usaha mikro, 15.269 diantaranya merupakan usaha kecil, dan 1.323 diantaranya merupakan usaha menengah.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Berdasarkan data BPS tentang Jumlah UMKM Kabupaten Banyuwangi Tahun 2016.

**Diagram 1.1**  
**Prosentase Jumlah UMKM Kabupaten Banyuwangi**  
**Tahun 2016**



**Sumber:** Data BPS, 2016.

Dalam diagram tersebut diuraikan terkait jumlah usaha mikro, kecil dan menengah dalam bentuk prosentase. Jika dalam bentuk prosentase, jumlah usaha mikro di Kabupaten Banyuwangi adalah 94% dari total usaha mikro, kecil dan menengah di Kabupaten Banyuwangi yang telah terdaftar di Dinas Koperasi. Sedangkan jumlah usaha kecil sebesar 5%. Sisanya adalah jumlah usaha menengah yang hanya sebesar 1%.

Semakin meningkatnya jumlah usaha mikro, kecil dan menengah kemudian muncullah kendala yang terjadi bagi pelaku usaha tersebut di Kabupaten Banyuwangi. Kendala tersebut yakni kendala terkait permodalan dan juga kendala terkait pemasaran.<sup>9</sup> Hal itulah yang selama ini membuat usaha mikro di Kabupaten Banyuwangi sulit berkembang terutama usaha mikro. *Pertama*, kendala terkait

<sup>9</sup> Wawancara bersama Sarirotus Sya'diyah selaku admin Digital Market Place Banyuwangi Mall.

permodalan. Terbatasnya akses permodalan yang dihadapi pelaku UMKM dapat menghambat kegiatan produksi UMKM tersebut. Biasanya dalam sehari pelaku UMKM mampu menghasilkan 100 kali produksi. Namun, dengan keterbatasan biaya pelaku UMKM hanya dapat memproduksi sebanyak 20-30 kali produksi saja. *Kedua*, kendala terkait pemasaran. Terkait dengan proses pemasaran, tidak sedikit UMKM yang gulung tikar akibat sulitnya menentukan wilayah pemasaran produk yang mereka hasilkan. Meskipun sebagian sudah ada yang memasarkan produk melalui distributor. Namun, ketika melakukan pemasaran melalui distributor ini keuntungan yang didapat oleh pelaku usaha mikro tidak bisa maksimal. Distributor cenderung memberikan harga rendah kemudian menjualnya dengan harga tinggi. Hal itu tidaklah sebanding dengan jerih payah dari produsen. Selain itu, melakukan pemasaran secara *offline* saja dirasa sudah tidak efektif untuk mengenalkan produk usaha mikro di Kabupaten Banyuwangi.<sup>10</sup>

Selain kendala diatas, kondisi UMKM di Kabupaten Banyuwangi sebelum adanya usaha mikro juga mengalami berbagai permasalahan lain *pertama*, banyaknya pelaku usaha mikro yang tidak mempunyai informasi yang jelas kemana mereka harus mengadu terkait permasalahan baik itu modal maupun pemasaran. Selain itu kurangnya kepedulian UMKM terhadap hasil produk mereka. Tidak sedikit produk usaha mikro yang kemasan serta nama produknya tidak menarik, sehingga menjadikan produk yang dihasilkan kurang diminati oleh pembeli.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> *Ibid.*

<sup>11</sup> *Ibid.*

Berangkat dari berbagai permasalahan yang dihadapi tersebut maka pemerintah Kabupaten Banyuwangi berupaya membuat penyelesaian. Akhirnya muncullah inovasi terkait upaya pemerintah untuk memberdayakan pelaku usaha mikro melalui *Digital Marketplace Banyuwangi Mall*. Inovasi ini mulai diluncurkan pada 20 April 2016 ditandai dengan ditandatanganinya nota kesepahaman antara pemerintah Kabupaten Banyuwangi dengan PT BNI (Persero), Tbk. Peluncuran *Digital Marketplace Banyuwangi Mall* juga sekaligus menjadi hari pertama situs [www.Banyuwangi-mall.com](http://www.Banyuwangi-mall.com) dapat diakses seluruh kalangan masyarakat.<sup>12</sup>

Implementasi dari inovasi *Digital Marketplace Banyuwangi Mall* di Kabupaten Banyuwangi ini sendiri dapat dikatakan berhasil. Hal tersebut dapat dilihat dari *pertama*, meningkatnya kesadaran pelaku usaha mikro, Kecil dan Menengah tentang pemanfaatan Teknologi Informasi sebagai media promosi produk.<sup>13</sup> Dengan adanya inovasi pemerintah Kabupaten Banyuwangi terkait pemasaran produk UMKM melalui *Banyuwangi Mall* ini lebih menumbuhkan kesadaran pada masyarakat jika pemanfaatan teknologi dengan benar akan mempermudah proses pemasaran produk mereka. Sebelum pelaku UMKM ini bergabung dan merasakan sendiri kemudahan yang mereka dapat, awalnya ada beberapa dari pelaku usaha mikro yang masih takut untuk memasarkan produknya melalui sistem *online*. Namun, setelah bergabung, mereka mendapati keuntungan yang didapat setelah bergabung dengan Banyuwangi Mall ini.

---

<sup>12</sup> Data Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Banyuwangi tentang *Inovasi Digital Marketplace Banyuwangi Mall*.

<sup>13</sup> *Op.chit* wawancara.

*Kedua*, adanya *Digital Marketplace Banyuwangi Mall* terbukti dapat meningkatkan penjualan produk UMKM.<sup>14</sup> Misalnya Firman, seorang pembatik asal Banyuwangi. Ia mengaku sejak adanya program pemerintah Kabupaten Banyuwangi untuk mendukung usaha mikro, usahanya memiliki hasil yang signifikan. Hingga saat ini omzet perbulannya adalah Rp 50 juta perbulan.<sup>15</sup> Selain firman, ada juga Agam yang merupakan pengrajin muda asal Banyuwangi. dengan modal Rp 3 juta saat ini ia telah memiliki omzet Rp 7 juta per bulan. Hal itu dikatakannya jika salah satu faktor penunjangnya adalah dengan tergabungnya ke *Digital Marketplace Banyuwangi Mall*.<sup>16</sup> Ketiga adalah Lulus Asta Dewi, pengusaha sirup temulawak dan jahe merah. Dengan modal Rp.50 ribu ia memulai usahanya. Awalnya produknya hanya dikenalkan dari mulut ke mulut. Ia mengaku hal itu tidak efektif. Setelah adanya program pemerintah *digital Marketplace Banyuwangi mall* ia mengaku sangat terbantu.<sup>17</sup>

“Tak disangka mendapatkan tawaran untuk bergabung memasarkan produk saya melalui website [banyuwangi-mall.com](http://banyuwangi-mall.com) yang dimiliki oleh pemerintah Kabupaten Banyuwangi. Dengan media *online* ini saya sangat diuntungkan, karena memiliki pangsa pasar permintaan semakin banyak dan jangkauan lebih luas sekali,” ulas Lulus.<sup>18</sup>

Ia juga menambahkan jika saat ini produknya sudah dipasarkan hingga ke Jakarta, NTB, Kalimantan, Bali, Jember, dan Bojonegoro. Omzetnya saat ini pun sudah mencapai Rp.5 juta per bulan. Hal itu dikarenakan sistem pemasaran berbasis *online*

---

<sup>14</sup> *Ibid.*

<sup>15</sup> Diakses diwebsite [www.Banyuwangi-mall.com](http://www.Banyuwangi-mall.com). Firman Sauqi, Pembatik Kreatif Asal Banyuwangi. Diakses pada Selasa, 3 Oktober 2014. Pukul 15.10.

<sup>16</sup> Diakses di website [www.Banyuwangi-mall.com](http://www.Banyuwangi-mall.com). Mengenal Lebih Dekat Agam Dwi Fahrezie Pengrajin Muda Asal Banyuwangi. Pada Selasa, 3 Oktober 2014. Pukul 15.15.

<sup>17</sup> Diakses di website [www.Banyuwangi-mall.com](http://www.Banyuwangi-mall.com). Berawal dari Anak Sakit Liver, Usaha Sirup Temulawak dan Jahe Merah Lulus Asta Dewi Laris. Pada Selasa, 3 Oktober 2014. Pukul 15.20.

<sup>18</sup> *Ibid.*



jangkauannya lebih luas daripada pemasaran dengan basis *offline*. Jangkauan dari pemasaran bisa sampai tingkat nasional bahkan internasional. Hal itu juga lah yang kemudian menjadikan penjualan produk pelaku usaha mikro lebih meningkat.

*Ketiga*, berubahnya perilaku dari berjualan secara tradisional menjadi modern dengan memanfaatkan media elektronik melalui *Digital Marketplace Banyuwangi Mall*.<sup>19</sup> Dengan adanya *Marketplace Online Banyuwangi Mall* ini akan lebih merubah perilaku berjualan masyarakat. Bukan maksud menghilangkan kebiasaan masyarakat yang melakukan jual beli secara tradisional. Namun, seiring berkembangnya zaman kebanyakan masyarakat Indonesia lebih menyukai sistem belanja yang efektif dan efisien baik itu dari segi waktu, tenaga, maupun biaya. Maka dari itu dengan adanya *Marketplace Banyuwangi Mall* ini dapat mempermudah proses jual beli. Serta *keempat*, kesulitan menjual produknya secara *online* dipecahkan dengan adanya pelatihan Teknologi Informasi oleh Tim khusus yang berkompeten dibidangnya. Keberhasilan dari Inovasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Banyuwangi terkait *Digital Marketplace Banyuwangi Mall* ini kemudian yang menjadikan penulis tertarik untuk menjadikannya sebagai bahan penelitian skripsi penulis, sehingga penulis mengambil judul terkait pembahasan skripsi ini yaitu **“Inovasi *Digital Marketplace Banyuwangi Mall* Sebagai Upaya Pemberdayaan Pelaku Usaha Mikro di Kabupaten Banyuwangi.”**

---

<sup>19</sup> *Op.chit. wawancara.*

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana proses inovasi *Digital Marketplace Banyuwangi Mall* sebagai upaya pemerintah Kabupaten Banyuwangi dalam memberdayakan pelaku usaha mikro di Kabupaten Banyuwangi?
- b. Apa faktor pendukung dan penghambat Inovasi *Digital Marketplace Banyuwangi Mall*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan penulis memiliki beberapa tujuan yakni:

- a. Untuk mengkaji dan menganalisis proses inovasi *Digital Marketplace Banyuwangi Mall* sebagai upaya pemerintah Kabupaten Banyuwangi dalam memberdayakan pelaku usaha mikro di Kabupaten Banyuwangi.
- b. Untuk mengkaji dan menganalisis faktor pendukung dan penghambat Inovasi *Digital Marketplace Banyuwangi Mall*.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah ditulis diatas, maka manfaat yang diharapkan dari proses penelitian adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi mengenai proses Inovasi *Digital Marketplace Banyuwangi Mall* sebagai upaya pemerintah Kabupaten Banyuwangi dalam memberdayakan pelaku usaha mikro di Kabupaten Banyuwangi.

2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi mengenai faktor pendukung dan penghambat inovasi *Digital Marketplace Banyuwangi Mall di Kabupaten Banyuwangi*.
3. Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan pengetahuan baru tentang mata kuliah yang belum diajarkan di bangku kuliah mengenai kajian penelitian inovasi *Digital Marketplace Banyuwangi Mall* sebagai upaya pemerintah Kabupaten Banyuwangi dalam memberdayakan pelaku usaha mikro di Kabupaten Banyuwangi.
4. Penelitian ini memberikan rekomendasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya.